

IFCT136PO Community Manager

Código del curso: PD212

Horas: 30

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD212

Unidad 1: Las redes sociales y el community manager

Las redes sociales. El community manager

Introducción

Qué es un Community manager o Social Media Manager

Acciones realizadas en los medios sociales

Creación de contenido

Gestión de comentarios

El papel del Community manager

Tipos de redes en función de lo que el usuario puede realizar en ellas

Herramientas utilizadas en las redes sociales

Conectarse a una red social

La privacidad

Recomendaciones De La Agencia Española De Protección De Datos

Monitorizar, analizar y medir las redes sociales: herramientas y técnicas

Introducción

Herramientas de monitorización, para medir la visibilidad y de productividad y de análisis

Acciones no convencionales

Acciones convencionales

Las redes sociales en el plan de marketing

Introducción

Qué objetivos se pretenden

Diferentes opciones de presencia en los medios sociales

Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales:

Análisis del entorno y público objetivo

Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales:
Recomendaciones
Empresas especializadas

Unidad 2: Redes sociales, comunicación y estrategia.

Las redes sociales y la comunicación: su análisis como medio como soporte publicitario

Introducción

Los usuarios de los medios sociales

Actitud ante la publicidad

Las Redes Sociales como medio de comunicación empresarial

Errores de la comunicación empresarial en redes sociales

Casos de éxito y fracaso de Relaciones Públicas en Redes Sociales

Las redes como soporte publicitario

Construir relaciones: el nuevo marketing relacional

Internet y el marketing de relaciones

Marketing relacional

Marketing one to one

Plan de marketing relacional

Características del marketing relacional

Principios del Marketing relacional

Marketing relacional y redes sociales

Creatividad y redes sociales

La creatividad

Apuesta por las redes sociales

Campañas de marketing creativas

Casos de éxito en España

Unidad 3: Blogs y redes sociales

Los blogs

- Introducción
- Principales características de los blogs
- Elementos de un blog
- Ejemplos de blogs
- Crear tu propio blog
- El blog como herramienta de branding personal

Descripción de las principales redes sociales

- Panorama actual de las redes sociales
- Myspace
- YouTube
- Ser usuario de YouTube
- Publicar en YouTube
- Facebook
- La maquinaria de Facebook
- Facebook para el Community Manager
- Twitter
- Habbo
- LinkedIn
- La red de contactos
- El CM y LinkedIn
- Xing
- Google+
- Pinterest
- Vimeo
- Instagram
- Flickr
- Foursquare
- Los smartphones
- El potencial del móvil para las redes sociales
- Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
- Del Social Media al Social Media Móvil

¿Qué aprenderás?

Adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas utilizando las redes sociales y desarrollando una marca de empresa en la red.

Comprender el concepto de Web 2.0, sus orígenes y evolución.

Descubrir la figura del Community Manager como recurso clave para la empresa 2.0.

Fomentar el uso de las redes sociales en la organización de forma eficiente y al servicio de los intereses de la entidad.

Conocer las posibilidades que ofrecen los medios sociales como nuevo espacio para la promoción y difusión de productos.

Fomentar la creatividad en el uso de las redes sociales como vía para sensibilizar y llegar a los usuarios.

Conocer las principales redes sociales existentes y algunos casos de éxito para tomarlos como referencia.

Descubrir el uso y publicación de blogs, así como sus beneficios.